

Природа телевидения и теледокументалистики как проблема медиаобразования

Задача медиаобразования — обучение восприятию средств массовой коммуникации, среди которых сегодня явно преобладают аудиовизуальные. Темпы развития визуальной культуры в противовес культуре вербальной, долгое время господствовавшей повсеместно, а ныне заметно сдавшей свои позиции, колоссальны. Сегодня специалисты в области библиотечного дела фиксируют вопиющий факт: в нашей стране есть дома и семьи, в которых нет ни одной книги. Зато интерес молодежи к кино, видеофильмам, видеоиграм, дисплейному, спутниковому телевидению в противовес эфирному неизменно растет. Исследователи фиксируют связь между этими формами визуального освоения мира и конкретными социокультурными доминантами, ценностями и моделями поведения, закрепляющимися в сознании молодежи независимо от того, санкционированы они или не санкционированы обществом. Именно визуальная культура становится важнейшим фактором социализации личности и формирования всей системы ее ценностей. Видеокультура знакомит людей с другими культурами и жизненными стилями, отличными от традиционных, российских. Художественные достижения прошлого в сознании потребителя выстраиваются в один ряд с изделиями сегодняшнего масс-культового производства, образуя коллаж якобы равноценных, а, вернее сказать, одновременно существующих феноменов, вырванных из собственного пространства и времени и перенесенных в новую среду. Поиск корней уступает место поверхностностному восприятию мира, творчество — цитированию, уникальное — тиражированному. Осознаем ли мы последствия такого массивированного воздействия на нас со стороны аудиовизуальной культуры?

Один из основателей эстетики телекино Игорь Беляев пишет: «Телевидением пользуются все. Как электричеством. Понимают телевидение немногие. Все телевидение не знает никто».¹ Между тем, влияние именно телевидения остается в общем контексте аудиовизуальной культуры особенно значительным и стабильным. «Телевидение по своему давлению на жизнь общества не идет ни в какое сравнение ни с театром, ни даже кинематографом. По вли-

янию телевидение можно сопоставить разве что с церковью».² Это главный законодатель мод и норм поведения человека на всем вещательном пространстве, вторая школа и вторая реальность. «Нынешнее телевидение может все, — продолжает И. Беляев...История теперь буквально тащится за телекамерой...Телевидение не просто создает виртуальный мир, который занимает умы все больше по отношению к реальной жизни. Оно становится для большинства населения новой средой обитания и формирует не только общественное мнение, но даже вмешивается в генетику или, лучше сказать, формирует менталитет народа».³ Воистину — «какое телевидение, такой и народ».

Еще в 1963 году по опросам общественного мнения телевидение в США было признано главным средством массовой информации. Притом, что в годы второй мировой войны оно приостановило свое развитие и возродилось только к концу 1940-х. В 2005 году наш отечественный исследователь констатировал: «Телевидение окончательно утвердилось как главный источник информации, средство развлечения (и отвлечения), способ организации досуга массовой аудитории».⁴ Однако, по мнению Игоря Беляева, формулу телевидения сегодня явно следует менять. «Не только информировать и развлекать, оно должно стать народообразующей силой»,⁵ чтобы «защитить духовное пространство».⁶

Как пишут, в Америке периодическая печать обрела свою «великую аудиторию» за 100 лет, кино — за 30, радио — за 15, а телевидение — за 6 лет после окончания второй мировой войны. Сегодня положение телевидения на медийном рынке остается стабильно высоким, но не всегда это уже непременно первая ступенька, несмотря на огромные темпы ускорения и развития. В 2003 году эксперты PwC (Price Waterhouse Coopers) впервые после трехлетнего спада зафиксировали рост мирового медиарынка и индустрии развлечений. По темпам развития и влиянию на этом рынке телевидение находится сегодня уже лишь на 3-м месте после кино и журналов. А в спину ему «дышит» индустрия электронных развлечений и видеоигр. По-прежнему «тянутся в обозе» газеты. По словам французского исследователя Пьера Бурдые, «наблюдается последовательное отступление печатной журналистики под натиском телевидения».⁷ Оно очень долго опережало всех. Но сегодня несколько уступило свои позиции.

В целом, как видим, происходит ускорение развития носителей информации, модернизация теле- и видеооснащения и, как следствие, ускорение распространения самой информации. Так называемый «информационный взрыв» продолжается.

Своеобразную «педагогическую защиту» от него во всех его социокультурных проявлениях и выставляет во многих странах мира медиаобразование. Оно призвано «подготовить подрастающее поколение к жизни в новых информационных условиях так, чтобы полноценно воспринимать различную по своей природе информацию, понимать ее, осознавать возможные последствия ее воздействия на психику человека, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств»,⁸ — пишет А. Шариков. Тот же автор еще в 1990 году характеризовал три хорошо известные концепции медиаобразования: тяготеющую к эстетическому подходу концепцию «визуальной грамотности»; к социолингвистическому — «критическую» концепцию и к социально-политическому — «социально-педагогическую». Н. Кириллова пишет сегодня уже о десяти концепциях: теории развития критического (демократического) мышления аудитории, культурологической, социокультурной, семиотической, эстетической, «практической», идеологической. А также о теории «потребления и удовлетворения», «инъекционной» (предохранительной) и этической теориях.⁹ Медиаобразование должно реально помогать человеку «встречать медиа» — так буквально переводится на русский язык название канадского учебника «Meet the media».

Однако при всем размахе современной визуальной культуры знание ее населением и умение декодировать ее тексты весьма и весьма ограничены. Вероятно, это связано с тем, что вся наша духовная традиция всегда была ориентирована на слово. Русская культура в целом не визуальна, а словесна. Вместе с тем, «в современном мире человек окружен огромным числом разнообразных стимулов, которые несут в себе как естественная, так и социокультурная сфера. «Язык письменной и устной речи, музыка и другие звуки, неподвижные и движущиеся изображения, естественные предметы и явления — вот некоторые из этих стимулов, которые воздействуют на человека и которые поэтому должны быть восприняты, поняты и использованы им. Школа же часто довольствуется лишь традиционным обучением чтению и письму, дополненным сравнительно небольшим временем для наблюдений».¹⁰ Действительно, школьное образование всегда носило у нас логоцентристский характер. Во всех классах всегда преподавали и преподают литературу. И это, безусловно, необходимо. «Всякая встреча с символикой букв-слов-образов-сюжетов предполагает активную эмоционально-мыслительную работу».¹¹

Однако молодежь практически не знакомят с языками и продуктами кино и телевидения. Отсюда в восприятии их у большинс-

тва зрителей доминирует интерес к сюжету и к слову, а не к звуку и изображению, тем совершенно иным символическим языкам, которые не только несут информацию особого рода, но и обладают уникальной психологической магией. М. Ямпольский утверждает, что на самом глубинном уровне кинематограф связан прежде всего с бессознательными структурами нашей психики. Отсюда, как мы понимаем, и особая сила воздействия визуального образа. Успех любого фильма определяется его способностью оказывать гипнотическое, эмоциональное воздействие на публику. Однако вопреки природе в процессе восприятия аудиовизуальных искусств и СМИ в зрителях нередко происходит сознательное вытеснение визуального и акустического словесным. Подсознательное выводится на уровень сознания. Все, что не вербализовано, вызывает недоверие и непонимание. Кинозрители не ощущают чувственной, эмоциональной основы кинематографа. А телезрители не смотрят телевизор, а слушают, так как в домашних условиях им еще и трудно усидеть перед экраном на долгое время. Отсюда телевизионный зритель не сосредоточен и не активен. Считается, что «экранный образ — фотографичен. Он подробен, детализирован, завершен и максимально приближен к оригиналу. Отсюда — столь же максимально сниженная (если не вообще отсутствующая) активность воображения. Экранное действо, словно протертая пища, проникает в нас прямо по назначению — смотрение подобно глотанию».¹² Так ли это на самом деле, стоит еще задуматься. Действительно ли экранный образ фотографичен? А язык экрана так прост и примитивен? Разве не должен он быть прочитан со знанием всех его элементов? Во всяком случае, ни массовый кинозритель, а уж тем более ни телезритель на эту тему даже не задумываются.

Итак, расслабленный и рассредоточенный, привыкший к домашним условиям просмотра, к то и дело врывающейся в эфирное пространство рекламе, современный зритель приходит в кинозал. В 1930-е годы человек садился в первые ряды кресел и напряженно вглядывался в экран, еще со времен немого кино замороженный магией движущегося изображения. Он ждал новых впечатлений, волновался и переживал. Сегодня зритель совсем иной. Он занимает последние «ряды для поцелуев» и думает порой вовсе не о том, чтобы пережить мгновения душевного подъема, а о том, чтобы теснее пообщаться с соседкой. Оказывается, что он вовсе не способен считывать с экрана единицы аудиовизуального языка. «Чем там дело кончится?» — сакраментальный вопрос, заботящий массового зрителя. Получается, что визуальная культура развивается колоссальными темпами. Интерес к ней растет. А восприни-

мать и понимать ее нигде не учат. И все по-прежнему ориентируются в своем восприятии лишь на слово.

«Следовательно, школа должна взять на себя задачу обучения детей невербальным способам коммуникации и, в первую очередь, их визуальным формам». ¹³ Речь идет о фотографии, комиксах, карикатуре, рекламе, кино, телевидении, видео. Ю. Лотман и Ю. Цивьян в свое время писали на эту же тему: «Кинематограф требует понимания, которое дается знанием законов данного искусства и вкуса, приобретаемого ценой художественного воспитания». ¹⁴

Однако прежде чем начать учить, безусловно, необходимо опередить особенности телеязыка и специфической природы телевидения. И здесь нам, безусловно, помог бы системный подход. Рассматривая телевидение (а речь сейчас о нем) не столько как иерархическую систему, сколько как систему систем, мы можем выделить в его структуре сразу несколько стихий, существующих друг с другом явно параллельно. Для нас телевидение — это, с одной стороны, художественная система, обладающая ярко выраженной художественной природой, ядром которой является художественный образ, возникающий как результат познавательной, типизирующей деятельности по формированию целостной картины мира. Об этом писали в свое время такие авторы, как В. Саппак, В. Егоров, О. Нечай. С другой стороны, это, безусловно, информационно-коммуникативная система, основанная на фактах и мнениях. Этой точки зрения придерживаются исследователи СМИ: Р. Борецкий, В. Цвик, А. Юровский, Б. Сапунов. Вместе с тем, телевидение следует рассматривать и как социально-политическая система, служащую убеждению и объединению людей с целью преобразования мира. И наконец, как адаптивно-моделирующую систему, наделенную рекреативно-игровой и мифотворческой функциями. Две первые системы служат познанию, две другие — преобразованию мира как на уровне общества, так и отдельно взятой личности.

Вместе с тем, телевидение, безусловно, является семиотической системой наряду с другими знаковыми системами культуры. Н. Мечковская называет три класса культурных семиотик: ритуально-религиозные и поведенческие системы; художественные семиотики (искусства) и искусственные языки. При этом она подчеркивает, что в жизни общества основной объем коммуникации осуществляется с помощью многоканальных и комплексных семиотик. Два канала (слуховой и оптический) используют естественные языки. Больше одного канала задействует и любое из искусств. Сложные (комплексные) искусства, такие как театр

и кино, обращаются к возможностям разнообразных семиотик. То же самое, только в еще большей степени (с учетом его многосоставности) происходит и с телевидением. Американский исследователь Р. Аллен пишет: «Мы воспринимаем телевидение не как изолированные произведения, но как отрезки времени, наполненные разнородными текстами, тщательно соединенными вместе, так что они перетекают друг в друга почти незаметно».¹⁵ Действительно, говоря о языке телевидения, надо иметь в виду присутствие в нем совокупности языков, свойственных и искусствам, и средствам массовой коммуникации, и социально-политическим системам, и даже самой жизни в ее повседневных проявлениях. Телевидение — это система, состоящая из огромного количества разнородных элементов: классическое искусство соседствует с рекламой зубной пасты, а политическая новость дня — с рок-концертом и музыкальным клипом. Термин, предложенный социальным психологом Абраамом Молем для обозначения этого явления, звучит как «мозаичная культура». Как осуществляется коммуникация по А. Молю? Исследователь пишет: «В памяти отправителя и получателя должны иметься более или менее совпадающие наборы знаков: коммуникация опирается именно на общую часть этих наборов, хотя совпадение их никогда не бывает абсолютно точным. Движение сообщения характеризуется цикличностью».¹⁶

Есть и еще один аспект темы. Нередко считается, что язык телевидения понятен и доступен. Что он адекватен жизни, что телевидение и есть сама жизнь. «Никакое другое искусство не способно в такой мере создавать иллюзию подлинности, заставлять зрителя забывать, что наблюдаемые им события — не жизнь, а ее художественный образ»,¹⁷ — писали о кино Ю. Лотман и Ю. Цивьян. Продолжая мысль, В. Михалкович формулировал: «Фото-, кино- и телеизображение ощущаются зрителем как объективные, точно воспроизводящие реальность... Зрителю думается, что на снимке или экране предстает перед ним не чье-то высказывание о мире, но сам мир, о себе свидетельствующий».¹⁸ На самом деле все это далеко не так. Телевидение — лишь презентация, моделирование жизни, образ мира. Оно мифологично. С одной стороны, миф — это иллюзия, нечто нереальное; с другой, — это иррациональный способ воздействия на людей, верящих в миф. Телевидение творит мифы. А это значит, что оно не столько отражает, сколько создает новую реальность. Причем, захватывает человека целиком, что бывает порой очень опасно. Об этом пишет И. Беляев: «...»спектаклями» занимается все телевидение, вплоть до передач о погоде.

Но беда, когда человек или даже целый народ принимает иллюзию за реальность. Это всегда грозит историческими катаклизмами».¹⁹

Вот почему одной из важнейших задач медиаобразования по-прежнему остается развитие критического мышления у молодежи. По оценкам экспертов эта задача стоит на втором месте после той, что констатирует необходимость развития коммуникативных способностей вообще. А далее следуют: развитие восприятия; обучение методам «декодирования» сообщений, умениям самовыражаться с помощью медиа, оценивать качество информации; подготовка к включению в систему социокультурных связей и к пользованию медиа. Во всех этих случаях человек должен понимать особенности языка телевидения. Парадоксальность же визуального языка как знаковой системы состоит в том (и это было замечено давно), что «говорящий» на нем создает высказывание, пользуясь некоторыми правилами (грамматикой), но словарь в этом языке как будто отсутствует. «Говорящий» может сделать компонентом высказывания любой предмет и любое, даже мимолетное, явление реальности, мгновенно фиксируя их камерой. Оттого лексика изобразительного языка ощущается неисчерпаемой, необъятной и, следовательно, не имеющей закономерных, логически постижимых связей между элементами».²⁰ И все же автор этих строк В. Михалкович убедительно доказывает, что визуальный язык имеет и свой словарь, и свою «фонетику». «Звуковой» его материей является свет».²¹ Наконец, на языке этом осуществляется и речевая деятельность. «Она сводится в конечном счете к управлению изображенным пространством и временем».²²

Однако язык телевидения, как мы уже сказали, — это сложная система знаков, не только визуальных, но и звуковых. Инструментом систематизации здесь выступает жанр. Телевидение использует разнообразные аудиовизуальные коды. Такие, как кадр, план, ракурс, монтаж, свет, цвет, звук, музыка, шумы и, конечно, слово. Можно рассмотреть каждый из них в отдельности. Но мы остановимся именно на слове, которое имеет на телевидении свои особенности. Так называемой «картинке» по-прежнему придается огромное значение. И, тем не менее, как пишет Н. Утилова, «слово здесь остается ведущим, ...оно воспринимается зрителем как на уровне информационной речи, так и на уровне его образности».²³ Долгое время на нашем телевидении слово вообще подавляло изображение. Существовал примат звука над картинкой, что приводило к тому, что изобразительное решение кадра становилось лишь иллюстрацией словесного ряда. То же наблюдается и в современном телекино. На НТВ пытались ввести полиэкран, разме-

щая вокруг говорящего человека в рамке телеэкрана письменную информацию, как на дисплее компьютера. Очень, скоро, однако зритель почувствовал визуальную избыточность, перегруженность картинки.

На деле слово преобладает над телеизображением и в информации, и в аналитике, и в развлечении. Вспомним, как необходим словесный комментарий к спортивному зрелищу. Некоторые художественные программы, в частности, об изобразительном искусстве вообще не идут без словесного комментария. Удивительная вещь: искусство, казалось бы, лучше других вписывающееся в экран как в некую раму, предназначенное для длительного и пристального разглядывания, оказывается, менее других склонно существовать на экране само по себе и особенно нуждается в посреднике. Экран не терпит неподвижности. Между тем произведение изобразительного искусства не требует времени для считывания с нее информации, как фильм или спектакль или устный литературный текст. Она существует в пространстве, а не во времени. Когда мы рассматриваем картину в альбоме, мы всегда «монтируем» из нее «фильм». Вспомним кадры из фильма А. Тарковского, где мальчик (юный Филипп Янковский, ныне сам кинорежиссер) водит взглядом по репродукции. Кстати, этот метод «создания» фильма из целостной живописной картины в собственном воображении с помощью простейшей картонной рамки активно используется в школьном медиаобразовании у нас и за рубежом. Рассматривая репродукцию в альбоме, мы всегда «монтируем» из нее «фильм» и таким образом растягиваем ее во времени. Оживляем, водя по ней взглядом. На телевидении камера делает это за нас. При этом мы не свободны в своем восприятии. Ведет нас и голос за кадром, с которым у нас рождается некий внутренний спор. Телевидение показывает и рассказывает об искусстве. Здесь-то и возникает самое интересное. Наступает момент совосприятия как сотворчества.

Итак, слово и изображение взаимодействуют. Кто побеждает при этом?

Современная семиология противопоставляет изображение и слово, ибо они являются разными по своей онтологии знаками. Слово определяется как знак-символ, а изображение — как знак-икон. Эти термины были предложены Ч. Пирсом. Икон и символ по-разному связаны с объектами, которые представляют. Икон служит знаком «просто потому, что ему случилось быть похожим на свой объект». У символа нет этого качества. Он «осуществляет свои знаковые функции независимо от какого-либо сходства или

аналогии со своим объектом и равным образом независимо от какой-либо физической связи с ним...».²⁴ «Слова не природны, не принадлежат материальной действительности, как принадлежат ей вещи, которые словами обозначаются. Слова суть феномены мира духовного и человеку нужны как некие стабильные, «твердые», «себе тождественные» точки духовной реальности, чтобы к ним «прикреплять» жизненный опыт, все, что людям о мире известно. Слова, «нагруженные» знанием о действительности, внеположены ей — выключены из нее, существуют «над» феноменальным миром. В изображениях же, напротив, информация как бы утоплена, растворена в изображенном».²⁵ Хотя слово само по себе тоже может быть зрелищем. Речь идет о том, что мы воспринимаем не только, что говорит человек, но и то, как он это говорит.

Очень долго изображение было на телевидении лишь иллюстрацией словесного ряда. Сегодня, как пишут исследователи, оно получает второе рождение. Из простой фиксации реального события, превращается в «виртуальное» пространство, условное, а не фотографическое по своей сути. То есть максимально усложняется картинка. Однако человек при этом не очень-то способен созерцать. «При неограниченном объеме зрительная память способна сохранять информацию лишь на короткое время».²⁶ Зрительные образы просто не считываются из-за избытка информации и, конечно, из-за отсутствия навыков восприятия визуальных текстов. Что же должно происходить при этом?

«...считка информации идет по двум линиям: информация, идущая от словесного ряда и логического построения действия, воспринимается на уровне сознания; информация, идущая от изобразительно-монтажного построения, воспринимается на уровне чувственности, на уровне подкорки».²⁷

Особое место на телевидении занимает документальное телекино, несущее в себе мощный метафорический заряд. Новый хроникальный материал обогащается подчас игровыми эпизодами. Реальные свидетели, комментирующие события, тут же воплощаются на экране.

Интересно пишет о различиях кино и прямого телевидения И.Беляев. Телевидение основано на движении в пространстве. Кино — в пространстве и во времени. Кинодвижение есть развитие. Теледвижение — всего лишь перемещение в пространстве. Кино строится на сюжете. Телевидение — на композиции. Телевидение существует сегодня, кино — в вечности. Телевидение отражает действительность. Кино — изображает. Монтаж-сложение — в первом случае и монтаж-умножение — во втором. Теле-

видение — поток жизни. Кино — поток сознания. Телевидение реально. Кино условно. Телевидение статично, а кино динамично. Телевидение описывает предмет с разных сторон, показывает и рассказывает. Кино жизнь конструирует. Кино создает «духовную материю», которую невозможно транслировать без умения создавать художественный образ. «Духовная материя трансляции не подлежит. Наша профессиональная задача состоит в том, чтобы из факта, из документа, из бездушного предмета создать образ, наполненный духовной материей».²⁸ Кино и на телевидении остается образным, показывая не предмет, а отношение к этому предмету. И. Беляев называет также такие признаки телевизионности, как серийность, эклектичность, мозаичность, синхронность изображения и звука, эскизность, прямой контакт со зрителем (глаза в экран). Все это не очень-то присуще традиционному искусству кино. Сегодня во всем мире «высшим пилотажем» и «конвертируемой валютой телевидения» считается телефильм. Поэтому многие телевизионщики пытаются делать фильмы. Вспомним картины Е. Киселева о театре на Таганке, Светланы Сорокиной о янтарной комнате, Леонида Парфенова о Пушкине и истории российской империи. Компьютерное оформление получает в новых телефильмах картинка. При этом значительная нагрузка по-прежнему ложится на слово. Начав с утверждения, что нам необходимо учиться читать язык изображения, мы понимаем теперь, что телевидение — это сложный «коктейль», в котором все элементы существуют в некоем нерасчлененном единстве — «синкрезе», что телевидение — есть подобие средневекового карнавала. По М. М. Бахтину, — реальная (но временная) форма самой жизни, оформленной особым игровым способом.

При кинопоказах на телевидении возникают некоторые проблемы нестыковки киноприроды и условий телевизионного восприятия. В результате, кино, действительно, много теряет на телевидении. Поэтому зрителя надо готовить и к кинопоказам, так же как к воприятию телесериалов, клипов и рекламы. Это сегодня — также насущная задача медиаобразования.

Примечания

¹ Беляев И. Спектакль документов: Отражения телевидения. — М., 2005. — С. 156.

² Там же. — С. 158.

³ Там же. — С. 158.

⁴ Борецкий Р. Телевидение как социальная технология и социальный институт //Телерадиоэфир: История и современность. — М., 2005. — С. 25.

⁵ Беляев И. Спектакль документов: Отражения телевидения. — М., 2005. — С. 162.

⁶ Там же. — С. 160.

- ⁷ Бурдые Пьер. О телевидении и журналистике. — М., 2002. — С. 68.
- ⁸ Шариков А. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. — М., 1990. — С. 6.
- ⁹ См.: Кириллова Н. Медиа-культура: от модерна к постмодерну. — М., 2005.
- ¹⁰ Шариков А. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. — М., 1990. — С. 8.
- ¹¹ Борецкий Р. Осторожно, телевидение. — М., 2002. — С. 30.
- ¹² Там же. — С. 30.
- ¹³ Шариков А. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. — М., 1990. — С. 8.
- ¹⁴ Лотман Ю., Цивьян Ю. Диалог с экраном. — Таллинн, 1994. — С. 6.
- ¹⁵ Allen R. C. Talking About Television // Channels of Discourse. Chappel Hill. — 1987. — P. 3.
- ¹⁶ Моль А. Социодинамика культуры. — М., 1973. — С. 11.
- ¹⁷ Лотман Ю., Цивьян Ю. Диалог с экраном. — Таллинн, 1994. — С. 10.
- ¹⁸ Михалкович В. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. — М., 1986. — С. 5.
- ¹⁹ Беляев И. Спектакль документов: Откровения телевидения. — М., 2005. — С. 169.
- ²⁰ Михалкович В. Изобразительный мир средств массовой коммуникации. М., 1986. С. 6.
- ²¹ Там же. — С. 208.
- ²² Там же. — С. 208.
- ²³ Утилова Н. Телевизионное пространство и время. Эстетическая роль монтажа. — М., 2000. — С. 27.
- ²⁴ Михалкович В. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. — М., 1986. — С. 9-10.
- ²⁵ Там же. — С. 5.
- ²⁶ Утилова Н. Телевизионное пространство и время. Эстетическая роль монтажа. — М., 2000. — С. 88.
- ²⁷ Там же. — С. 50.
- ²⁸ Беляев И. Введение в режиссуру: Курс для документалистов. — Ч. 1. — М., 1998. — С. 11.

И. Я. Мурзина

Информационные технологии в преподавании дисциплин культурологического цикла в вузе

Медиа на уроках мировой художественной культуры в школе и в преподавании культурологических дисциплин в вузе используется давно и достаточно продуктивно. Прежде всего, речь идет о фильмах и телепрограммах, которые преподаватель использует в качестве учебных. С сожалением приходится констатировать, что по-настоящему учебного кино сейчас почти нет (или оно «не доходит до потребителя»), и его сегодня заменили научно-популярные фильмы, транслирующиеся по телевидению. Записи телепро-